



Información de prensa

Automobili Lamborghini cierra 2020 con 7.430 coches entregados y seis nuevos lanzamientos

- **7.430 Lamborghini entregados en todo el mundo en 2020**
- **A pesar de la pandemia, Lamborghini ha establecido un récord de ventas en la segunda mitad del año**
- **Sólida cartera de pedidos que cubre ya más de la mitad de la capacidad de producción para 2021**
- **Seis nuevos lanzamientos: Lamborghini Huracán EVO RWD coupé y Spyder, Sián Roadster, Essenza SCV12, Huracán STO y SC20**
- **En diciembre, Stephan Winkelmann fue nombrado presidente y Director General de Lamborghini**
- **Se ha acometido iniciativas de responsabilidad social, desde la producción de mascarillas quirúrgicas hasta el proyecto cultural "With Italy, for Italy (Con Italia, para Italia)"**
- **Gran crecimiento en las redes sociales y debut en TikTok**

Sant'Agata Bolognese, 12 de enero de 2021- Automobili Lamborghini ha reaccionado con energía y determinación en un año marcado por el gran desafío que ha supuesto la pandemia mundial. **La compañía ha entregado en 2020 7.430 coches en todo el mundo**, lo que supone una reducción de sólo el 9% en comparación con el año anterior. El ligero descenso es claramente atribuible a la parada de la producción durante 70 días en primavera, en cumplimiento de las órdenes del gobierno italiano y con el objetivo de proteger la salud de los trabajadores durante la primera fase de emergencia. Por el contrario, en el segundo semestre se registraron cifras récord de ventas, lo que representa el mejor segundo semestre en la historia de la marca en cuanto a entregas a clientes.

Se ha confirmado que Estados Unidos es el mercado más importante para Lamborghini, con 2.224 unidades, seguido de **Alemania (607), China continental, Hong Kong y Macao (604), Japón (600), Reino Unido (517) e Italia (347)**. Los dos países con mayor crecimiento han sido Corea del Sur (303 unidades, que supone un crecimiento del 75%) y Alemania (607 unidades, con un aumento del 8%). El SUV Urus, que el año pasado estableció un récord con 10.000 unidades producidas, ha sido el modelo con mayor éxito, con 4.391 unidades. Las dos gamas de superdeportivos contribuyeron de manera significativa a las cifras de ventas globales: el Huracán V10 registró cifras positivas, con 2.193 coches vendidos (+3%), junto con 846 unidades del Aventador V12.

2021 comienza positivamente con un **sólido número de pedidos**. Tanto es así que más de la mitad de la producción prevista para 2021 ya está reservada.

Stephan Winkelmann, Presidente y CEO de Automobili Lamborghini, comenta: *"Los resultados de 2020 son una clara demostración del excelente trabajo que, a pesar de las dificultades de un año marcado por desafíos globales, ha realizado todo el equipo de Lamborghini con una enorme dedicación y capacidad de adaptación. Para mí es un gran honor volver a formar parte de nuestro futuro: el sentimiento de comunidad que nació con tanta fuerza durante el año pasado, junto con los valores de responsabilidad social y el impulso por la innovación que siempre ha distinguido a Lamborghini, serán*



Información de prensa

la base para afrontar un 2021 desafiante, con el objetivo de consolidar la gama de productos, buscar nuevas perspectivas de negocio y fortalecer aún más la marca”.

Resumen de 2020: del lanzamiento de seis nuevos modelos a un cambio de liderazgo

A pesar del estado de emergencia provocado por el Covid-19, que llevó a Lamborghini a una parada en su producción de 70 días de marzo a mayo, la compañía ha cumplido con un programa de lanzamientos intensivo, con seis nuevos modelos.

En enero se presentó la versión coupé del nuevo **Huracán EVO RWD**. En mayo, Lamborghini fue la primera marca de automóviles en hacer uso de la realidad aumentada en el lanzamiento del **Huracán EVO RWD Spyder**, la versión descapotable de su modelo V10 de tracción trasera. El mes de julio desveló otro descapotable, pero en una serie muy limitada de sólo 19 unidades: el **Sián Roadster**, el primer Lamborghini sin techo con una innovadora tecnología híbrida apoyada en el icónico motor V12 de la marca. Le siguió el **Essenza SCV12**, un hiperdeportivo de circuito producido en una edición limitada a 40 unidades, diseñado por Lamborghini Squadra Corse y Lamborghini Centro Stile; y el **Huracán STO** -Super Trofeo Omologata- inspirado en los Huracán Super Trofeo EVO y GT3 EVO de competición y homologado para su uso en carretera. Por último, a finales de año se presentó el **SC20**: un descapotable único para circuito homologado para su uso en carretera, siendo el primer convertible desarrollado por el departamento de motorsport de Lamborghini y diseñado por el Centro Stile siguiendo los deseos del cliente, que participó en el proyecto desde los primeros bocetos de los diseñadores de Lamborghini.

Otros acontecimientos significativos fueron los importantes logros en producción (10.000 unidades del Urus y 10.000 del Aventador); la oferta de nuevas opciones de personalización con la introducción de más colores Ad Personam para la gama Urus y Huracán; y la presentación de un Aventador S especial ideado por el diseñador japonés Yohji Yamamoto en la inauguración del nuevo Lamborghini Lounge en Tokio.

El mes de diciembre estuvo marcado por el cambio de liderazgo: desde el 1 de diciembre de 2020, **Stephan Winkelmann** es el nuevo **presidente y CEO** de Lamborghini, sucediendo a Stefano Domenicali y manteniendo la presidencia de Bugatti.

Un año de iniciativas de responsabilidad social

Lamborghini reaccionó rápidamente a la primera ola de la pandemia y llevó a cabo importantes iniciativas de responsabilidad social a lo largo de 2020. Durante el período en que se suspendió la actividad habitual, la empresa **adaptó algunos de sus departamentos para producir mascarillas y máscaras médicas para el Hospital Sant'Orsola de Bolonia**, y colaboró con SIARE Engineering International para la co-ingeniería y la producción de simuladores de respiración.

En septiembre, Lamborghini lanzó un importante **proyecto cultural y artístico llamado “With Italy, for Italy (Con Italia, para Italia)”**, concebido como un acto de amor de una empresa a su país y apoyarlo en una época de grandes desafíos. Participaron 21 talentos italianos de la fotografía contemporánea, todos ellos invitados a plasmar y celebrar la belleza y la singularidad de las regiones italianas junto con modelos Lamborghini del pasado y del presente. Inicialmente concebido para una



Información de prensa

campana en las redes sociales, el proyecto se ha trasladado también a un libro fotográfico publicado por Skira.

Por último, en diciembre se puso en marcha una **importante iniciativa benéfica junto con la cantautora estadounidense Lady Gaga**, una colaboración destinada a apoyar a las comunidades más afectadas por la propagación de la pandemia. La recaudación del sorteo organizado por Omaze entre noviembre y diciembre se donará a estas comunidades, con la posibilidad de que los aficionados que participen en él ganen el Huracán EVO RWD que aparece en "911", el último single de la artista.

Crecimiento récord en redes sociales

Con la pandemia impulsando la aceleración de los canales digitales, Lamborghini **reforzó su estrategia de redes sociales y registró un crecimiento constante a lo largo de 2020**. Instagram es la red social más exitosa de la empresa: en sólo un año, el número de seguidores ha pasado de 23 a 29 millones, cifra que la sitúa en la cima del ranking de las marcas de superdeportivos más populares de Instagram. En Facebook, Lamborghini tiene 12,9 millones de seguidores, y en YouTube los números han crecido de 1,1 a 1,6 millones de suscriptores. Además, en noviembre Lamborghini fue la primera empresa del sector de los superdeportivos de lujo en abrir su propio perfil oficial, @lamborghiniofficial, en TikTok, la plataforma para crear y compartir videos cortos desde dispositivos móviles, una de las favoritas de la Generación Z y de los Millennials. En poco menos de dos meses, el perfil ha llegado a más de 131.000 seguidores.

Expansión de la marca Lamborghini

2020 ha sido también un año de importantes asociaciones para Lamborghini, al unirse a líderes que proporcionan acceso a productos de calidad superior en nuevos campos y, como resultado, hemos creado productos de marca compartida exclusivos y únicos. Entre los socios más valorados se encuentran **The LEGO Group**, que presentó el Lamborghini Sián FKP 37 LEGO® Technic™, un modelo a escala 1:8 que consta de 3.696 piezas y que resulta una reproducción perfecta del impresionante superdeportivo híbrido Lamborghini.

En el sector de la moda Lamborghini se ha asociado con el renombrado diseñador mundial **Yohji Yamamoto** y con **Supreme**, la emblemática marca de ropa urbana de Nueva York, lo que ha dado lugar al lanzamiento de la colección cápsula, agotada en 48 horas. En náutica Lamborghini tiene un acuerdo con The Italian Sea Group y ha estrenado a nivel mundial el **Tecnomar for Lamborghini 63**; el nuevo yate a motor de la flota de Tecnomar, una edición limitada que celebra el aniversario de la fundación de Lamborghini. El año se cerró con la colaboración entre Lamborghini y Ducati y el lanzamiento de la **Ducati Diavel 1260 Lamborghini**, una moto de edición limitada inspirada en el Lamborghini Sián con sólo 630 unidades a la venta, para alegría de los aficionados y coleccionistas de motos de todo el mundo.

2020: un año de tres aniversarios históricos

2020 se distinguió por el aniversario de tres modelos históricos. Dos celebraron su 50 cumpleaños: el **Urraco**, un modelo que destaca por haber introducido soluciones técnicas muy innovadoras en su época, y el **Jarama GT**, la última evolución del gran



Información de prensa

turismo 2+2 de la compañía. El **Diablo**, uno de los coches más emblemáticos de la historia de los superdeportivos de Lamborghini, lanzado en enero de 1990, celebró su 30º aniversario.

Lamborghini Squadra Corse

También se obtuvieron excelentes resultados en la Squadra Corse, el departamento de motorsport de Automobili Lamborghini. En 2020, Squadra Corse llegó a los **490 coches de competición** producidos desde 2009. Además, presentó el Essenza SCV12, un superdeportivo de edición limitada para circuito, y el SC20, el segundo one-off firmado por Squadra Corse, ambos equipados con un motor V12 atmosférico. Entre los diversos éxitos en circuito, en enero, por tercer año consecutivo, Lamborghini ganó las 24 horas de Daytona, la carrera de resistencia más famosa de América que inicia el campeonato IMSA, consiguiendo el récord de éxitos de la compañía en la categoría GTD.

Fotografías y vídeos: media.lamborghini.com

Information en Automobili Lamborghini: www.lamborghini.com



Chief Marketing & Communication Officer
Katia Bassi
T +39-051 9597611

Head of Communication
Gerald Kahlke
T +39 051 9597611
gerald.kahlke@lamborghini.com

Brand & Corporate Communication
Clara Magnanini
T +39 051 9597611
clara.magnanini@lamborghini.com

Product Media Events & Brand Extension
Rita Passerini
T +39 051 9597611
rita.passerini@lamborghini.com

Corporate Media Events
Chiara Sandoni
T +39 051 9597611
chiara.sandoni@lamborghini.com

Polo Storico & Heritage
Massimo Delbò
T +39 3331619942
massimo@delbo.us

Motorsport Communication
Francesco Colla
T +39 051 2156850
extern.francesco.colla@lamborghini.com



Información de prensa

Regional Offices

Europe, Middle East & Africa

Emanuele Camerini

T +39 342 567 5842

emanuele.camerini@lamborghini.com

Asia Pacific

Silvia Saliti

T +65 9651 8955

silvia.saliti@lamborghini.com

South-East Asia & Pacific

Alethea Tan

T +658711 1329

alethea.tan@lamborghini.com

United Kingdom

Juliet Jarvis

T +44 (0) 7733 224774

juliet@jic.uk.com

Japan

Kumiko Arisawa

T +81 804 606 0487

kumiko.arisawa@lamborghini.com

North & South America

Jiannina Castro

T +1 703 3647926

jiannina.castro@lamborghini.com

Eastern Europe & CIS

Tamara Vasilyeva

T +7 925 503 6706

tamara.vasilyeva@lamborghini.com

Chinese Mainland, Hong Kong & Macau

Nancy Rong 荣雪霏

T +86 10 6531 4614

xuefei.rong@lamborghini.com